

IL PUBBLICO HA I MEDIA CHE SI MERITA

Abbiamo una grande responsabilità sull'informazione elettronica e cartacea che non esercitiamo

La *Giornata delle comunicazioni sociali* è un'occasione per ridirci e riproporci riflessioni che mantengono la loro attualità nonostante siano tutt'altro che nuove. Il richiamo del Papa per questa occasione e le numerose considerazioni raccolte nel video che Caritas Ticino anche quest'anno ha proposto al suo pubblico sia sul canale TV Teleticino che sul web, esortano alla produzione di "Buone notizie", con alcune sottolineature verso la traduzione in "Buone forme di comunicazione", ma il denominatore comune è il desiderio che chi produce informazione e utilizza i media sempre più sofisticati, si assuma la responsabilità di una comunicazione "sana", in funzione della promozione umana, rispettosa di un ordine di valori condivisibile. Personalmente ho spostato l'accento della mia riflessione su una idea fissa che mi accompagna fin dai miei studi giovanili quando, in una Parigi sessantottina, respiravo Marshall McLuhan e Umberto Eco. L'atmosfera accademica intrisa di

idealismo e aneliti rivoluzionari, il sogno di rifare bene tutto da capo, che accompagnavano una svolta davvero epocale della comunicazione, oggi posso sintetizzarli così: la macchina mediatica ha un potere smisurato e può condizionarci in modo incredibilmente efficace e devastante, ma siamo noi che gli permettiamo di farlo. E a distanza di 45 anni mi permetto di osservare una serie di passaggi obbligati che costituiscono oggi l'universo della comunicazione in un'era in cui la

peculiarità più evidente ormai ampiamente consolidata è *la comunicazione globalizzata*. Il luogo comune è l'idea che il potere totale della comunicazione sia nelle mani di chi ha il controllo economico e politico del pianeta o di tutti gli angoli della terra dove gruppi di esseri umani cercano di organizzarsi per sopravvivere. Ma le cose non stanno proprio così.

Ho introdotto il mio contributo video con due affermazioni: - la "Buona notizia" è che il pubbli-



co ha il potere assoluto sulla comunicazione; - la "Cattiva notizia" è che il pubblico non esercita questo potere e di conseguenza neppure la responsabilità che gli compete su tutto quanto riguarda la comunicazione e l'informazione in generale. Due domande legittime: da dove viene questo potere smisurato del pubblico? Perché il pubblico non esercita questo potere? Alla prima domanda la risposta è tecnica ma semplice da capire: la comunicazione costa moltissimo e non può

essere pagata dal pubblico che in modo diretto ne fruisce. Cioè comprando un giornale, abbonandosi e pagando il canone non si paga il giornale e la produzione televisiva, che costano molto di più. Non parliamo poi della comunicazione sul web senza pagare nulla o dei quotidiani gratuiti. Ciò che paga veramente i prodotti informativi, elettronici e cartacei, sono solo gli introiti indiretti come gli introiti pubblicitari, determinati dalla quantità di pubblico, dall'audi-

ce. Ma il pubblico è passivo e non crede nel suo potere perché sottovaluta il valore statistico del singolo che si pensa non possa incidere minimamente di fronte alla massa che andrà sempre secondo la corrente. Una sorta di mandria al macello del potere mediatico. Ma anche questo è un luogo comune da sfatare. Se noi singoli prendessimo coscienza della nostra responsabilità e del nostro potere sulla produzione mediatica e cominciamo a dire di "no" nel modo più semplice, non guardando la televisione o non prendendo neppure una volta il quotidiano gratuito che consideriamo giornalismo spazzatura, piano piano diffonderemo a macchia d'olio il giudizio di una massa silenziosa che può dire la sua e cambiare le cose. Senza lettori il giornalismo superficiale di molte testate si convertirebbe velocissimamente in un prodotto più serio. E trasmissioni televisive fatte male, di fronte a un calo sensibile di audience smetterebbero immediatamente di esistere. È la legge mercantile fondamentale della domanda e dell'offerta.

Patti Chiari, la trasmissione della RSI, ad esempio, ha recentemente prodotto un servizio tendenzioso e fuorviante sui Programmi Occupazionali (PO) e in particolare su quello di Caritas Ticino a Pollegio. I produttori hanno volutamente ignorato quel 90% di partecipanti che dichiarano di aver fatto una esperienza utile e positiva nel PO, e hanno dato voce solo ad alcuni scontenti, mascherando il servizio TV e la trasmissione in studio come una inchiesta neutrale. Chi come me si rende conto della mistificazione di trasmissioni come questa dovrebbe fare quello che faccio ormai da anni: non guardare mai *Patti Chiari* e non prendere mai dalle cassette in strada una copia di *20 minuti*. ■

